

## ИЗМЕНЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМ, РЕАЛИЗУЮЩИХ АВТОЗАПЧАСТИ ИМПОРТНЫХ МАРОК АВТОМОБИЛЕЙ

Литвиненко М.В.

Национальный технический университет «Харьковский  
политехнический институт»

Сегодняшняя ситуация на отечественном рынке продажи автозапчастей существенно отличается от ситуации конца 90-х г.г, когда предприниматели, воспользовавшись общим дефицитом запчастей на старые иномарки массово ввозимые на Украину, устанавливали наценки в 100 – 200 %. Это позволило многим из них быстро собрать капитал для дальнейшего расширения.

В результате появления значительного количества крупных автосалонов-дистрибьюторов импортных марок автомобилей, предоставляющих и автозапчасти сегодня крайне необходимы существенные изменения в организации и управлении деятельностью небольших фирм, торгующих автозапчастями.

Предпринимательская деятельность этих фирм зависит от большого количества факторов прямого влияния внешнего окружения: деятельности поставщиков, конкурентов, государственных законов, наличия потребителей и многих других. Анализ их деятельности в Харькове и Харьковской области, свидетельствует, что 80 % успеха обеспечивается на этапе взаимодействия с клиентами, то есть на этапе непосредственной работы с ними.

Максимального эффекта здесь можно достичь, уделяя внимание следующим моментам:

- необходимо сформировать организационную структуру, которая наилучшим образом отвечает целям и заданиям фирмы, акцент при этом ставится на обслуживание клиентов;
- провести качественный анализ клиентов (критерии группирования клиентов: территория, товар, лояльность, цена, деятельность, качество);
- разработать план получения прибыли на основе выявленных закономерностей и тенденций.

Реализация указанных выше направлений позволит, по мнению автора, не только обеспечить устойчивое положение небольших фирм, торгующих автозапчастями в своей конкурентной среде, а и разработать индивидуальную организационную структуру и структуру управления, которые наилучшим образом позволят эффективно взаимодействовать с внешним окружением, продуктивно и целесообразно распределять и направлять усилия каждого работника, наилучшим образом удовлетворяя потребности клиентов и достичь своих целей с высокой эффективностью.